

# Megamarkt Multimedia

Auch die deutsche Wirtschaft profitiert vom weltweiten Boom der neuen Medien

**E**in kleiner Schritt für unsere Redaktion, ein gewaltiger in der Entwicklung der Informationsgesellschaft“, verkündete Andrew Lack, News-Chef des amerikanischen TV-Giganten NBC, Ende vergangener Woche in New York.

Die Anlehnung an die legendären Worte des US-Astronauten Neil Armstrong beim ersten Besuch auf dem Mond war bewußt gewählt: Gefeierte wurde ein wichtiger Entwicklungssprung auf dem Weg in die totale Multimedia-Welt.

In Kooperation mit Microsoft, dem Weltmarktführer für PC-Software, will NBC im nächsten Jahr mit einem 24stündigen Nachrichtenkanal CNN Konkurrenz machen. Parallel dazu soll der interaktive News- und Hintergrundservice MSNBC Online im weltweit verfügbaren Datenetz Internet angeboten werden.

Dem geschäftstüchtigen Computergenie und Microsoft-Chef, Bill Gates, ist es damit erstmals gelungen, das alte Medium Fernsehen mit dem neuen Medium Computer zu verbinden. Künftig werden Nachrichtenbilder und Videos – auf Abruf auch aus dem Archiv – über die Telefonleitung in den Computer gespeist.

Das Internet, heute schon international von 40 Millionen Nutzern als Informationsquelle, zur Kommunikation und Unterhaltung, aber auch für den Einkaufsbummel gebraucht, wird mehr und mehr zum universellen Multimedia-Medium. Immer neue Anbieter drängen hinein – und erwarten gewaltige Geschäfte. Erst vor 14 Tagen beschlossen Microsoft und das Software-Haus Oracle, bei der Entwicklung von Programmen für das Internet zusammenzuarbeiten. Mit dem Konkurrenten Sun Microsystems schloß Microsoft wenig später einen Lizenzvertrag über die Nutzung der Programmiersprache Java; Mit aller Energie verfolgt Gates das Ziel, jedes der 100 Millionen weltweit installierten Betriebssysteme Windows automatisch zum Bestandteil dieses Welt-Netzes werden zu lassen.

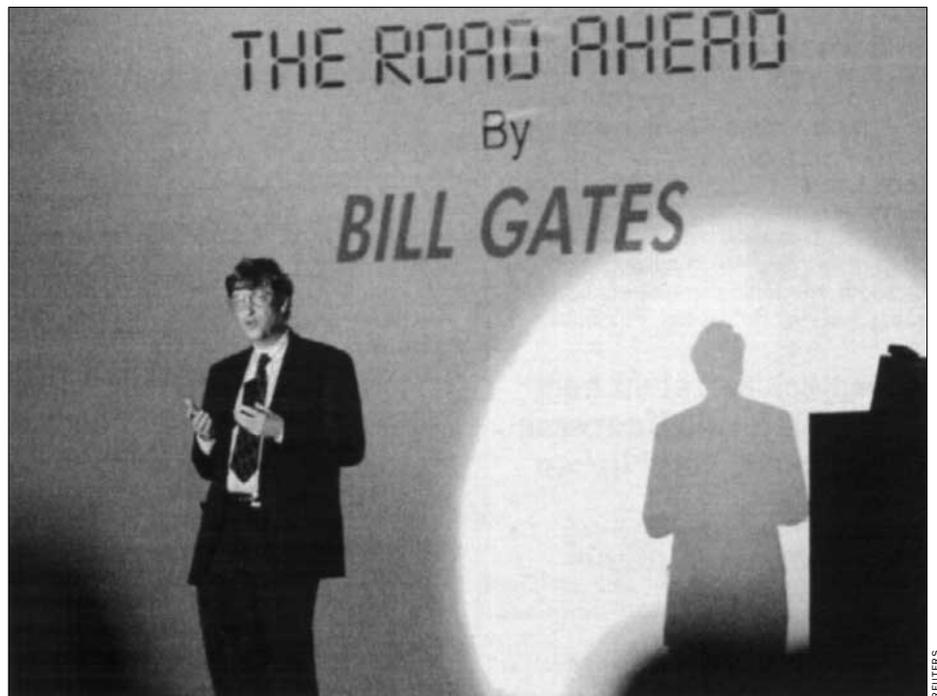
Kaum eine Woche vergeht ohne neue Allianzen oder strategische Ko-

operationen. Multimedia verspricht der Boom-Markt der kommenden Jahrzehnte zu werden.

Das Geschäft wird von den Amerikanern beherrscht, die Deutschen hinken hinterher. Aber auch hierzulande formieren sich Bündnisse, die vorher ausgeschlossen schienen: Die Telekom kooperiert mit Netzwerk-Konkurrenten wie Vebacom und Mitbewerbern im Online-Markt wie Bertelsmann. Die Stromriesen RWE und Viag überlegen, ihre Glasfasernetze zu verknüpfen, und auch Industriegiganten wie

vatkundenbereich gesprochen. Dieser Umsatz wird zum Teil auf Kosten anderer Bereiche gehen. So stellte das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung in Berlin bei einer langfristigen Trenduntersuchung fest, daß sich die Gesamtnachfrage im Medienmarkt trotz Einführung neuer elektronischer Medien nicht spürbar erhöht habe. Der Anteil am Bruttoinlandsprodukt liege bei 1,5 Prozent.

Doch der neue Megamarkt wird neue Produkte und Dienstleistungen – und damit auch Jobs – kreieren. Nach



Microsoft-Chef Gates\*: TV-Nachrichten für das Internet

Mannesmann, Thyssen und Veba haben sich für das Telekommunikationsgeschäft Partner gesucht.

Auf 20 bis 22 Milliarden Mark schätzen die Analysten von Booz Allen & Hamilton das Marktpotential von Multimedia für Deutschland im Jahr 2000. Vor Jahresfrist hatten dieselben Berater in ihrem Bericht „Zukunft Multimedia“ für das Büro Technikfolgen-Abschätzung des Deutschen Bundestags noch von 10 Milliarden im geschäftlichen und 6 Milliarden im Pri-

\* Am Donnerstag vergangener Woche auf einem Kongreß in Hongkong.

Bertelsmann-Schätzungen werden bis zum Ende des Jahrhunderts in Deutschland zwei Millionen Arbeitsplätze direkt oder indirekt von Multimedia abhängen. Baden-Württembergs Wirtschaftsminister Dieter Spöri glaubt, daß die neuen Medien in den nächsten zehn Jahren allein in seinem Bundesland eine halbe Million neuer Jobs schaffen werden.

Schon jetzt gibt es nach Angaben des Deutschen Multimedia-Verbandes DMMV über 400 Produktionsfirmen für On- und Offline-Erzeugnisse. Sie haben meist weniger als zehn Mitarbeiter und erreichen selten mehr als zehn

Millionen Mark Jahresumsatz. Multimedia wird die ganze Arbeitswelt umkrepeln. Millionen Menschen könnten künftig zu Hause arbeiten. Doch ob sich dieser Trend in der Praxis tatsächlich durchsetzt, wird von vielen Forschern bezweifelt. Offen ist auch, wie viele Jobs durch die neue Technik verlorengehen: Telebanking etwa wird im Bankengewerbe zum Verlust von Arbeitsplätzen führen.

Allein die Telekom muß, um konkurrenzfähig zu werden, 60 000 Jobs streichen. Die private Konkurrenz wird kaum so viele Stellen schaffen.

Zunächst sind viele Milliarden notwendig, um den Markt der Zukunft aufzubauen. Der Geschäftsführer des einzigen deutschen Abonnenten-Fernsehens Premiere, Bernd Kundrun, macht für die ersten fünf Jahre nach Einführung des digitalen Fernsehens (wahrscheinlich Oktober 1996) folgende Rechnung auf: Um für ein Paket von zwölf Programmen zwei Millionen Kunden innerhalb von fünf Jahren zu bekommen, sind circa 5,1 Milliarden Mark zu investieren: 100 Millionen für die nötigen Satelliten-Transponder, 100 Millionen Lizenzkosten für die Nutzung des Zugangskontrollsystems, 800 Millionen für Abonnentenwerbung und -betreuung, 2,6 Milliarden Mark für Programme und 1,5 Milliarden für Decoder.

Diesen gewaltigen Summen stellt Kundrun eine vorsichtige Geschäftserwartung entgegen. Anders als das Prognos-Institut, das im Jahr 2005 schon 15 Millionen Haushalte als Abonnenten digitaler Programmpakete sieht, glaubt Kundrun an maximal 5 Millionen zahlende Kunden.

Höhere Geschwindigkeiten bei der Geschäftsentwicklung im Multimedia-Markt sieht auch Booz Allen & Hamilton nicht. Deren Bericht für den deutschen Bundestag hält technische Pilotversuche noch bis 1999 für nötig.

Ähnlich vage sind auch die Aussichten im Geschäft mit Online-Diensten. Seit Ende November ist außer den Datendiensten T-Online und Compuserve auch AOL auf dem Markt. Das Jointventure von Bertelsmann, America Online, Telekom und dem Axel-Springer-Verlag will bis zur Jahrtausendwende mindestens eine Million Kunden haben. Jede Woche starten neue Anbieter. Das unter der Internet-Adresse <http://web.de> erreichbare deutsche Verzeichnis registriert täglich zwischen 35 und 50 neue Adressen.

Die tatsächliche Erschließung des Massenmarktes erwarten Experten zwar erst ab der Jahrtausendwende. Doch heute werden Claims abgesteckt.



Abendzeitung

dienen ihr Geld, in den USA arbeiten fast drei Viertel in diesem Sektor (siehe Kasten Seite 82). Der japanische Unternehmensberater Minoru Tominaga sieht in der mangelnden Kundenorientierung einen gravierenden Standortnachteil: „Die Deutschen kennen Begriffe wie Kundenzufriedenheit, Kundenbegeisterung überhaupt nicht“ (siehe Interview Seite 88).

- ▷ Die Umwelttechnik bietet weltweit ein Milliardenpotential. Nur mit klaren Umweltschutzbestimmungen im Inland und Exporthilfen auf den Weltmärkten kann die Branche boomten.
- ▷ Die Chancen der Teilzeitarbeit, bisher nur von 17 Prozent der Beschäftigten genutzt, sind längst nicht ausgeschöpft. In den Niederlanden ist der Prozentsatz doppelt so hoch, auch bis dahin hoffnungslose Fälle des Arbeitsmarktes erhalten dort eine Chance.
- ▷ Computer, Medien und Telekommunikation verschmelzen zu einem gigantischen Wachstumsmarkt (siehe Seite 86). Noch liegen die Deutschen im Vergleich zu den Amerikanern weit zurück – doch der Abstand schrumpft.
- ▷ Die kapitalistischen Nachwuchskräfte, die Firmengründer, schaffen neue Arbeitsplätze vor allem für Berufseinsteiger. Die „neue Kultur der Selbständigkeit“ (Kohl) entsteht allerdings nicht durch Reden im Bundestag. Sie braucht staatliche Hilfe, vor allem bei der Kapitalbeschaffung.

Schon lange drängen die Ökonomen darauf, neue Wege bei der Bekämpfung der Arbeitslosigkeit zu gehen. Die Poli-

tiker hören zu – und verweigern die Entscheidung. Sie scheuen vor den Wählern zurück, denen sie Unbequemes mitteilen müßten.

Deutschland 1996 – das Land steht an einer Wegscheide. Packt die Politik, im Verbund mit Arbeitgebern und Gewerkschaften, die drängenden Probleme endlich an – oder täuscht sie die Bürger weiter über das wahre Ausmaß des Umbruchs? Dem Standort Deutschland steht erst noch bevor, was viele deutsche Konzerne bereits geschafft haben: die Erneuerung verkrusteter Strukturen, die sogenannte Restrukturierung.

Viele Ökonomen und Unternehmer sind skeptisch, sie trauen der Regierung die nötige Kraft nicht zu. Die Herren in Bonn hätten längst den Überblick verloren, meint auch McKinsey-Chef Henzler. Er spricht von „reformunfähigen Staat“, der das „Risiko der Risikolosigkeit“ unterschätzt.

Die Deutschen sollten sich schämen, meint Wirtschaftsprofessor Meinhard Miegel, Chef des Bonner Instituts für Wirtschaft und Gesellschaft. Er hat im Lande einen „lähmenden Immobilismus“ ausgemacht; ohne Mut zum Unkonventionellen prophezeit er ein „vergreisendes, wirtschaftlich lahmen-des, sozial unbefriedetes Volk“.

Nur im Ausland herrscht Gelassenheit. Die Deutschen sollen sich doch freuen, meint der britische *Economist*. Trotz der Klagen über den Standort Deutschland schneide das Nachbarland regelmäßig besser ab als das übrige Europa.

Das deutsche Erfolgsrezept glauben die Briten durchschaut zu haben: Der *Economist* attestiert den stets aufgeregten Deutschen voller Spott einen „Vorsprung durch Panik“.